

## NOTA DE PRENSA

### **BALANCE 2021 DE ACEITUNA DE MESA: LIGERO INCREMENTO DE LAS EXPORTACIONES Y MERCADO NACIONAL ESTABLE**

**(Sevilla, 01-03-2022).** Las exportaciones de la aceituna de mesa española crecieron un 3,41% en 2021 tras pasar de los 303,6 a 313,9 millones de kilos, un resultado que puede considerarse aceptable a tenor de las circunstancias adversas a las que ha tenido que hacer frente el sector a lo largo de este ejercicio. Aunque el crecimiento es contenido, el dato resulta significativo si tenemos en cuenta que las exportaciones representan en conjunto más del 70% de la facturación del sector.

En el análisis por zonas, destaca la UE que, con 133,5 millones de kilos, ha crecido un 8,63%. Dentro de ella, siguen despuntando cinco mercados principales: Italia, con 31,6 millones de kilos (estable); Francia, con 23,8 millones de kilos (estable); Portugal, con 22 millones de kilos (+58,6%); Alemania, con 20,8 millones de kilos (-2,8%) y Polonia, con 10,9 millones de kilos (+25,3%).

La zona de Norteamérica (que agrupa a Estados Unidos, Canadá y México), con 69,8 millones de kilos, descendió un 9,7% debido a la bajada de EEUU (54,5 millones de kilos, lo que supone un 10,2% menos que el año anterior como consecuencia, fundamentalmente, de los gravámenes arancelarios que sigue sufriendo la aceituna negra).

La zona de los Países Árabes, con 28,8 millones de kilos, también desciende, registrando una caída de un 7% debido especialmente a la bajada de Arabia Saudí (16,3 millones de kilos y un -11%).

La zona de Países del Este y Balcánicos aumentó sin embargo un 13,22%, alcanzando los 28,7 millones de kilos, destacando Rusia con un ascenso del 9,5% y Ucrania, con un 15,5%.

La zona de Centro y Sudamérica también creció, alcanzando los 15 millones de kilos, lo que supone un incremento del 23,8%. Destaca el aumento de Brasil, con 6,3 millones de kilos (+7,25%) y Chile, con 2,6 millones (+65%).

En cuanto a la zona formada por el Resto de países, con 38 millones de kilos, creció un 7,5%. Destacan principalmente Reino Unido, con 16,7 millones (+5,5%) y Corea del Sur, 4,3 millones de kilos (+41%).

En resumen, siguiendo con la tendencia de las últimas décadas, la UE se consolida como mercado principal de la aceituna de España y, mucho más, si incluyéramos las ventas en el mercado nacional. En el apartado internacional, además de la UE, sigue también teniendo un peso muy importante la zona de Norteamérica, que representa un 22%.

Entrando en el análisis pormenorizado por países, EEUU sigue siendo el principal mercado, a pesar de los aranceles, con 54,5 millones de kilos, si bien esta cifra supone un descenso del 10,2% respecto a 2020. Le siguen Italia, Francia, Portugal, Alemania y Rusia como mercados importantes.

En cuanto al mercado nacional, según los datos que proporciona la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA), creció un 1%, con 176 millones de kilos, de los cuales 137 serían consumo de hogar y 39 corresponderían al canal Horeca (estimación de ASEMESA a partir de datos de la AICA). Cabe destacar asimismo el crecimiento de las empresas miembros de ASEMESA, que han incrementado sus ventas en España en un 10%.

A la hora de hacer un balance, y más allá de las cifras y los problemas generales u horizontales a los que el sector se ha enfrentado en 2021 –tales como la pandemia, el incremento de costes o la falta disponibilidad de contenedores–, puede afirmarse que dos asuntos han seguido siendo de especial preocupación: el primero, los aranceles que sigue sufriendo la aceituna negra en la aduana de EEUU a pesar de las victorias conseguidas en los Tribunales de Justicia norteamericanos y en la OMC; el segundo, la gran amenaza que suponen determinadas disposiciones de la Ley de la Cadena Alimentaria para sectores como el de la aceituna de mesa que, debido a su gran vocación exportadora, necesitan que todas las ramas que lo integran sean muy eficientes y competitivas para poder luchar en el exterior, donde se vende más del 70% de la producción española, y no medidas que, a nuestro parecer, fomentan todo lo contrario.